

# Progetto User Interface

Alessandro Gurnari

2

## RIEPILOGO PARTE 1

**Fase 1:** partendo dai 5 wireframe desktop già realizzati (*Home, Shop, Categoria, Scheda prodotto, Checkout*) ho definito la struttura da seguire per il prototipo UI

**Fase 2:** ho selezionato colori, font e componenti coerenti con l'identità del brand *EcoDream*, mantenendo un'estetica pulita e contemporanea senza perdere di vista la cura di contrasti, dimensioni del testo e leggibilità così garantire una buona esperienza anche a utenti con difficoltà visive

**Fase 3:** ho realizzato componenti riutilizzabili (*header, footer, card prodotto, filtri, ecc.*) per garantire coerenza e velocizzare il processo

**Fase 4:** ogni wireframe è stato trasformato in un'interfaccia utente completa, con attenzione alla gerarchia visiva e alla leggibilità ed ho collegato tra loro le pagine inserendo interazioni e animazioni

**Fase 5:** ho condiviso il progetto Figma

## FASI DEL PROGETTO

**Fase 1:** ho adattato la struttura dei 5 wireframe desktop (*Home, Shop, Categoria, Scheda prodotto, Checkout*) alla versione mobile, mantenendo la coerenza con la gerarchia e l'organizzazione dei contenuti già definiti nella versione desktop

**Fase 2:** ho progettato una nuova interfaccia mobile utilizzando gli stessi font, colori e componenti del design desktop, adattando però spaziature, dimensioni e layout alla larghezza di 375px, per garantire un'ottima leggibilità e usabilità da dispositivi mobili

**Fase 3:** ho ottimizzato i componenti UI esistenti per il mobile (*menu hamburger, caroselli, filtri, schede prodotto, ecc.*) rendendoli più compatti e funzionali al touch, mantenendo una forte coerenza visiva con la versione desktop

**Fase 4:** ho trasformato ogni wireframe mobile in una schermata UI completa e navigabile, integrando interazioni, animazioni, microtransizioni e caroselli, simulando un'esperienza realistica e intuitiva su smartphone

**Fase 5:** ho condiviso il progetto Figma: il link allegato offre la possibilità di visualizzare e interagire con l'interfaccia utente completa consentendo una revisione funzionale e una valutazione finale del prototipo

Styleguide: color palette

Colore primario



#ADBC50

Colore del brand.  
Usato per cta (bottoni),  
hover ed elementi interattivi.



# 677A22

Variante usata per testi ed elementi  
di piccole dimensioni, garantendo il  
contrasto minimo di 4.5:1 richiesto  
per l'accessibilità su sfondo bianco.

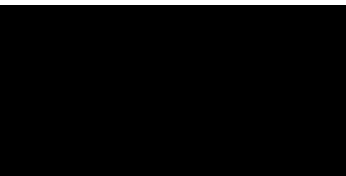
Colore secondario



#A050BC

Complementare.  
Utilizzato per azioni secondarie  
come aggiunta/rimozione da  
carrello o preferiti.

Colori neutri



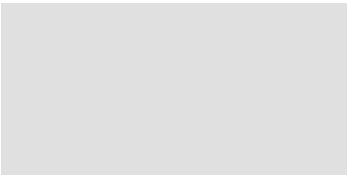
#000000



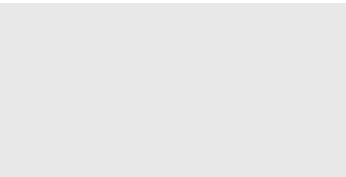
#494949



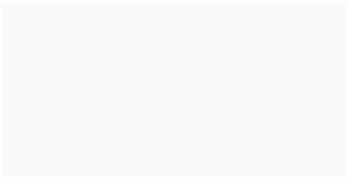
#A9A9A9



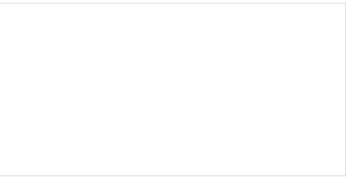
#E0E0E0



#E8E8E8



#FAFAFA



#FFFFFF

Grigi, bianco e nero.  
Usati per testi, sfondi e  
separatori, per garantire  
leggibilità e ordine visivo.

Titoli principali

**BORSE & ZAINI SOSTENIBILI**

Oswald Semibold - 20 pt

Sottotitoli

Trova il modello perfetto per te

Work Sans Regular - 16 pt

Testi vari

Ecodream è un brand indipendente di moda

Work Sans Regular - 16 pt

Nomi categorie e modelli

BORSE & ZAINI SOSTENIBILI

Oswald Light  
16 pt → nomi delle categorie/modelli  
14 pt → nome modello card prodotto

BORSE & ZAINI SOSTENIBILI

Call to action (bottoni)

**AGGIUNGI AL CARRELLO**  
**AGGIUNGI AL CARRELLO**

Work Sans Semibold - 16 pt  
Work Sans Semibold - 14 pt

Footer

Metodi di pagamento

Work Sans Regular - 12 pt

Breadcrumbs

*Shop > Emess > Borsa in pelle rossa*

Work Sans Light Italic - 14 pt  
Work Sans Italic - 14 pt

# Styleguide: grid system

Columns ▾ ×

Count	4 ▾
Color	<div><div></div>FF0000</div> 10 %
Type	Stretch ▾
Width	Auto
Margin	16
Gutter	16

safe area: 44 px

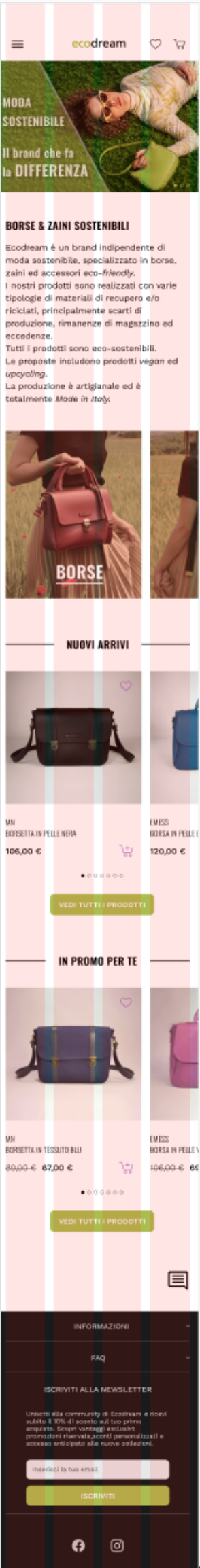
safe area: 34 px

variable

375 px

max container: 343 px

esempio →

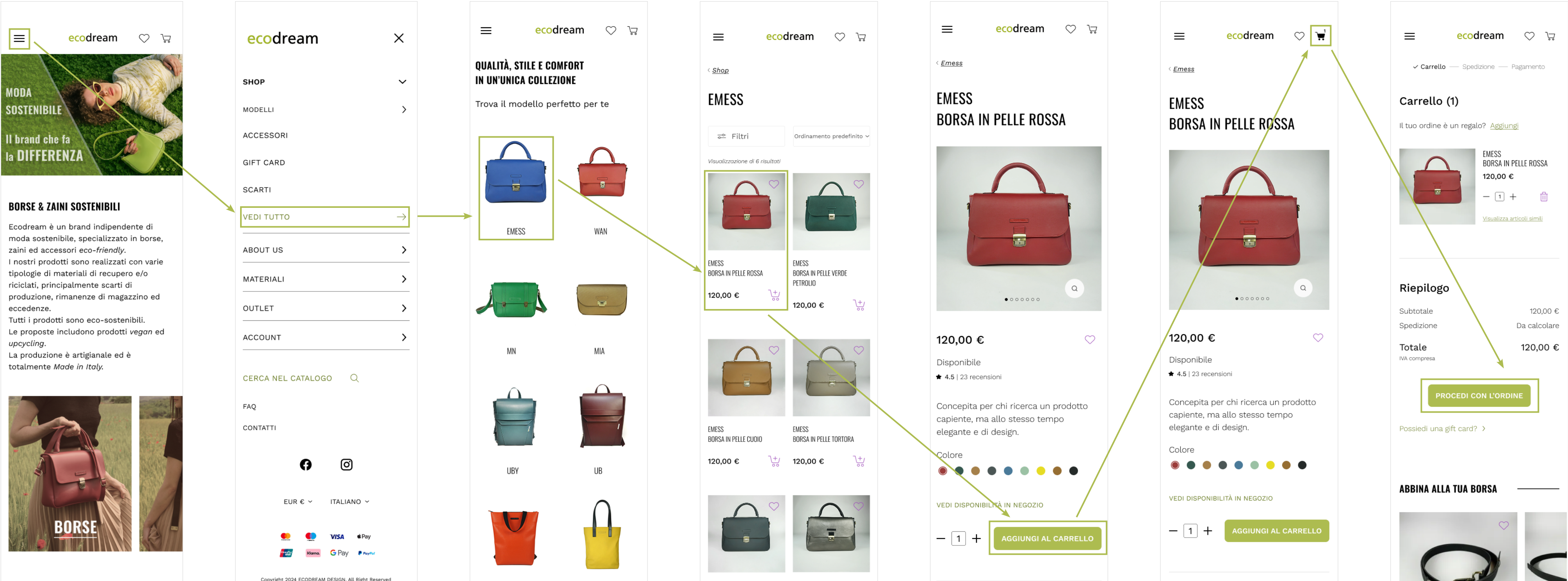




# Screen flow: navigazione tra le schermate

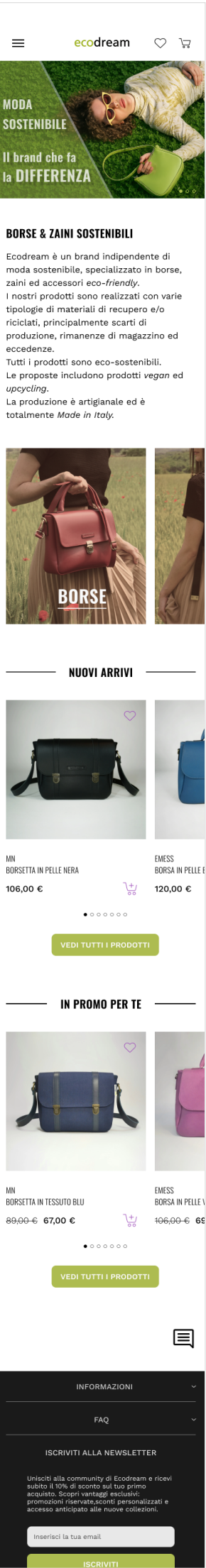
Lo screen flow mostra in modo schematico il percorso più lineare che l'utente possa seguire attraverso l'interfaccia mobile, dalla *Home* al *Checkout*. Questa slide evidenzia quindi solo la struttura principale di navigazione, ma il prototipo realizzato in Figma include anche altre interazioni attive e funzionanti come icone (aggiungi a preferiti, aggiungi a carrello), bottoni, menu a tendina, zoom delle foto del prodotto selezionato, breadcrumbs, footer interattivo e caroselli.

*Per limiti della prototipazione su Figma, lo scorrimento orizzontale dei caroselli non è sincronizzato visivamente con gli indicatori di pagina. Questa funzionalità verrà implementata nella fase di sviluppo.*



Nella versione mobile, la progettazione delle pagine *Home* e *Shop* ha seguito la struttura e le scelte visive definite per il desktop, con particolare attenzione all’adattabilità su schermi più piccoli.

La *Home* accoglie l’utente con un hero banner impattante e un carosello interattivo, che conserva testi promozionali e immagini a piena larghezza. Subito dopo, tre card guidano ùalla scoperta delle principali categorie di prodotto, seguite dai caroselli dei nuovi arrivi e delle promozioni, entrambi ottimizzati per lo scorrimento touch.





# Shop: UI e funzionalità

La pagina *Shop* è stata progettata per essere funzionale e ordinata, senza stravolgere la struttura originaria.

La disposizione a griglia è stata riadattata in verticale per garantire una migliore fruibilità su schermo ridotto, con una prima sezione dedicata ai prodotti principali e una successiva agli accessori.

L’intero layout mantiene una spaziatura coerente e una gerarchia visiva ben definita, così da agevolare l’utente durante l’esplorazione del catalogo.

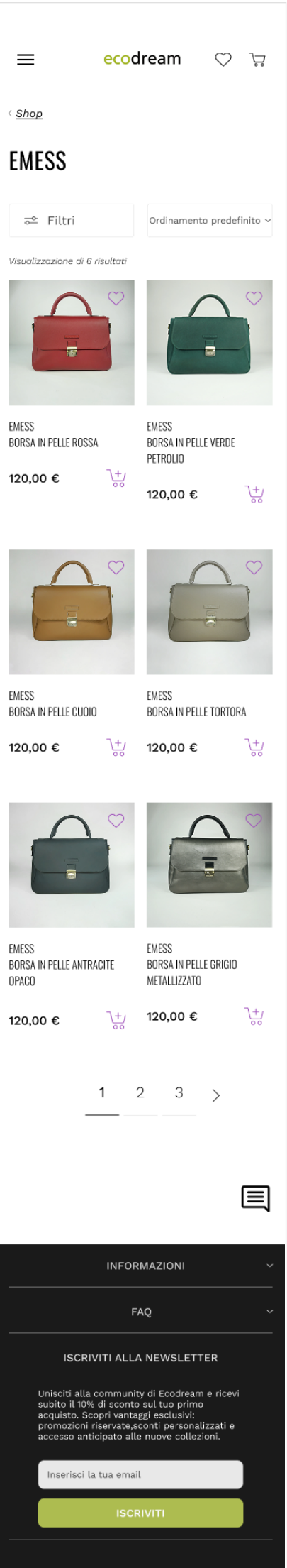


# Categoria: UI e funzionalità

La versione mobile della pagina *Categoria* mantiene una struttura chiara e coerente, adattata a uno schermo ridotto per facilitare l’interazione touch.

L’intestazione presenta breadcrumb e nome del modello in evidenza, seguiti da una galleria verticale di immagini che consente all’utente di esplorare tutte le varianti disponibili in modo intuitivo.

Sono presenti i filtri e c’è la possibilità di ordinare gli articoli secondo vari criteri (valutazioni, popolarità, prezzo ecc.).



# Scheda prodotto: UI e funzionalità

La *Scheda prodotto* in versione mobile è stata progettata per offrire un’esperienza chiara e coinvolgente anche su schermi di dimensioni ridotte.

Le immagini del prodotto sono ottimizzate per il touch: scorrono in orizzontale e permettono una visualizzazione immersiva. Tutte le informazioni essenziali (descrizione, prezzo, varianti di colore, taglia e quantità) sono organizzate per mantenere la leggibilità.

La call to action per l’aggiunta al carrello è ben visibile e posizionata strategicamente.

Segue una sezione per le recensioni, facilmente consultabile, che contribuisce alla credibilità del prodotto e favorisce l’interazione con altri utenti.



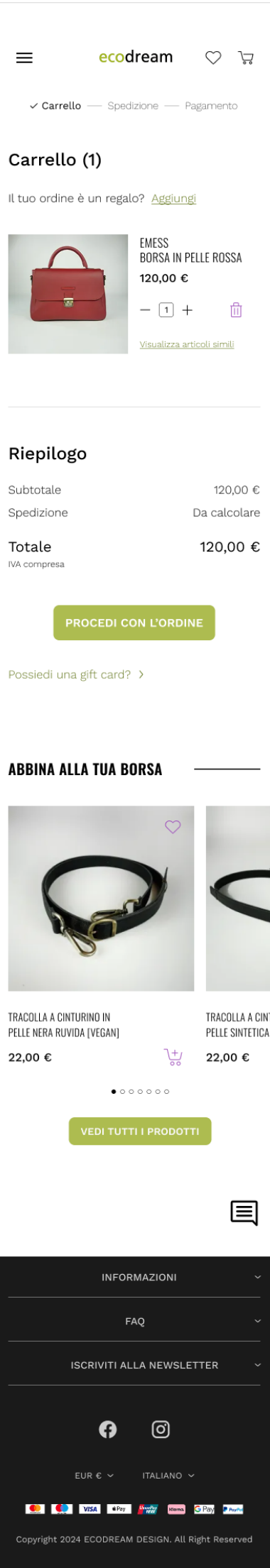
# Checkout: UI e funzionalità

La pagina *Checkout* mobile è stata progettata per semplificare al massimo il processo di acquisto, mantenendo l'utente concentrato e rassicurato fino alla conclusione dell'ordine.

La struttura è suddivisa in tre sezioni principali:

- 1. *Riepilogo dell'ordine*, con immagini, nomi e quantità dei prodotti selezionati, oltre al prezzo totale aggiornato in tempo reale.
- 2. *Inserimento dei dati personali e indirizzo di spedizione*, con campi input ben spaziati e facili da compilare anche da mobile.
- 3. *Scelta del metodo di pagamento e conferma dell'ordine*, con pulsanti ben visibili e un'interfaccia che guida l'utente fino alla conclusione dell'acquisto.

Micro-interazioni visive segnalano l'avanzamento del processo, riducendo l'ansia da acquisto e favorendo la fiducia. Anche in questa pagina viene mantenuta coerenza cromatica e tipografica con il resto del progetto, in linea con l'identità visiva di EcoDream.



## Link del progetto

Di seguito è allegato il link al progetto Figma, che permette di visualizzare e interagire con l'interfaccia utente completa, consentendo una revisione funzionale e una valutazione finale del prototipo.

Link: <https://www.figma.com/design/2zx0sTLenHUz0LDYBunMVK/progetto-ui-ecodream?-node-id=386-5874&t=S5BqPu06OXTW4geV-1>



# Grazie per l'attenzione

email: [alessandro.gurnari111298@gmail.com](mailto:alessandro.gurnari111298@gmail.com)